

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ**

(на матеріалах: ТОВ «Розетка», м. Київ)

Студентки 5 курсу, 4 групи,  
спеціальності 292 «Міжнародні економічні  
відносини» спеціалізації  
«Міжнародний бізнес» *підпис студента*

Хоменко Наталії  
Вадимівни

Науковий керівник *підпис керівника*  
кандидат економічних наук,  
доцент

Саркісян Лариса  
Геворгівна

Гарант освітньої програми *підпис керівника*  
кандидат економічних наук,  
доцент

Лежетько Вікторія  
Геннадіївна

**Київ 2022**

## ЗМІСТ

ВСТУП..... 3

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТОВ «РОЗЕТКА» ..... 5

1.1. Теоретичні засади впровадження інноваційних технологій в електронній комерції підприємства-суб’єкта міжнародного бізнесу ..... 6

1.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «Розетка» ..... 12

Висновки до розділу 1..... 15

РОЗДІЛ 2. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТОВ «РОЗЕТКА» У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ..... 18

2.1. Оцінка сприятливості бізнес-середовища ТОВ «РОЗЕТКА» в міжнародному бізнесі..... 18

2.2. Шляхи вдосконалення електронної комерції ТОВ «Розетка» на закордонних ринках ..... 24

Висновки до розділу 2..... 30

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ..... 33

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 37

ДОДАТКИ..... 41



## ВСТУП

**Актуальність теми.** В сучасних умовах ведення бізнесу та висококонкурентного ринку все більшої актуальності набуває електронна комерція. Завдяки комплексу складових торговельної стратегії підприємства зосереджують потужності на своїй цільовій аудиторії, покращують впізнаваність бренду та розширюють базу своїх потенційних покупців, що з кожним роком все більше віддають перевагу покупкам в мережі інтернет. Підвищення ефективності електронної комерції підприємства завжди пов'язане з резервами, сформованими під дією зовнішніх та внутрішніх чинників його середовища. Електронна комерція є невід'ємною складовою підприємницької діяльності в сучасності, зокрема є чинником, що формує свої особливості цього виду діяльності і потребує досліджень як з теоретичним, так і з прикладним підходом.

Актуальність цієї роботи підтверджується глобальним впливом електронної комерції на ефективність роботи підприємства та збуту продукції, що виробляється. Правильно підібрана торговельна стратегія, її постійний аналіз та удосконалення, є рушійною силою для діяльності підприємства та покращення його показників як на вітчизняному, так і на закордонних ринках.

**Аналіз рівня розробленості теми.** У економічній літературі проблематику питання аналізу маркетингової стратегії у глобальному бізнесі українського походження досліджували такі вчені економісти. Серед опублікованих робіт недостатньо уваги приділено процесу створення та координації роботи електронної комерції, зокрема важливості їх розвитку для підйому фінансового стану підприємства.

**Метою** випускної роботи є дослідження впровадження інноваційних технологій в електронній комерції підприємства та надання пропозицій, щодо її вдосконалення.

Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких завдань:

- визначити сутність електронної комерції та її функціонування на прикладі обраного підприємства;
- охарактеризувати основні критерії та фактори впливу на електронну комерцію підприємства;
- визначити основні напрямки удосконалення методологічних засад аналізу електронної комерції підприємства;
- провести прогнозування фінансових показників з урахування пропозицій задля удосконалення роботи електронної комерції підприємства.

**Об'єктом дослідження** є процес впровадження інноваційних технологій в електронній комерції на підприємствах.

**Предметом статті** є теоритично-методологічні засади оцінювання потенціалу впровадження інноваційних технологій в електронній комерції на підприємствах.

**Методи дослідження.** Теоретико-методологічною базою для проведеного дослідження є сучасні положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з проблем електронної комерції підприємства. Для досягнення поставленої мети і вирішення задач у роботі використано такі методи й прийоми: аналізу і синтезу; індуктивний і дедуктивний; методи емпіричного дослідження, такі як спостереження, порівняння, формалізації; фінансово-економічного аналізу; індексний та експертний методи.

**Інформаційна база дослідження.** Інформаційною основою дослідження стала чинна нормативно-правова база, офіційні матеріали Державного комітету статистики України, матеріали міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференцій, роботи вітчизняних та зарубіжних науковців з проблем потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємства опубліковані в спеціальних літературних джерелах.

**Практичне значення проведеного дослідження** полягає у тому, що його результати та розроблені пропозиції можуть бути використані у практичній



діяльності підприємства ТОВ «Розетка» в процесі електронної комерції у глобальному бізнесі .

**Структура випускної кваліфікаційної роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури із 32 джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 39 с.



## РОЗДІЛ 1.

# ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТОВ «РОЗЕТКА»

### 1.1. Сутність та ключові характеристики електронної комерції підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

Розвиток інформаційних й комунікаційних технологій за останнє десятиліття істотно змінив життя людей й надав нові можливості для споживачів й підприємств. Генеральна Асамблея ООН у своїй резолюції 70/186 від 22 грудня 2015 року визнала, що електронна комерція, яку слід розуміти як мобільну торгівлю, стає все більш актуальною для споживачів у всьому світі, й що можливості, які вона пропонує, слід використовувати для полегшення економічного розвитку та зростання на основі нових мережевих технологій, комп'ютерів, мобільних телефонів й підключених пристроїв, які сприяють благополуччю споживачів [1].

Електронна комерція – це продаж продукції або послуг за допомогою мережі інтернет. Даний вид продажів набув популярності та поширення після того, як мережа інтернет стала доступна звичайним користувачам. Перспективи такого підходу однозначні, насамперед, у процесі організації торгівлі. Якщо для традиційних продажів необхідно орендувати, побудувати або купити магазин, що передбачає високий рівень витрат, то для інтернет-комерції потрібен тільки спеціальний сайт, який і виступатиме своєрідним торговим майданчиком.

Специфіка таких ресурсів полягає в їхній певній структуризації та реалізованих можливостях вибору товару і його оплати. Це робить такі сайти зручними для звичайних користувачів, навіть із мінімальними навичками роботи в мережі інтернет.

На даний момент електронна комерція активно розвивається, і при бажанні в мережі інтернет можна придбати майже будь-який товар або замовити будь-яку послугу. Специфіка продажів у мережі інтернет полягає також у тому, що



зникає географічна прихильність до точки реалізації продукції. Не можна не відзначити, що сайт працює 24 години на добу, тоді як звичайний магазин функціонує лише певний час, що суттєво зменшує надходження відвідувачів. Багато покупців через такі обмеження виділяють на відвідування магазину вихідний день, що не надто для них зручно. Купити ж продукцію на сайті можна у будь-який зручний час. Власне, заявки фіксуються в автоматичному режимі, що дає ще одну перевагу інтернет-магазинам. Найчастіше такі ресурси обслуговує обмежена кількість співробітників, що знижує витрати на їх утримання. Надає можливість такої економії система SoftERP. Функціонуючи на основі загальної інформаційної бази, вона не тільки автоматизує основні бізнес-процеси, але й дає можливість створення повної взаємодії та оперативного обміну інформацією між підрозділами компанії. При такому програмному забезпеченні електронна комерція стає максимально ефективною, через що підвищується товарообіг і рентабельність підприємства. Також можна суттєво підвищити довіру покупців шляхом чіткого та своєчасного виконання замовлень.

Пандемія, яка охопила весь світ, поза всіляким сумнівом вплинула на електронну комерцію, надавши їй суттєву перевагу над оффлайн-торгівлею. Можна констатувати, що сьогодні глобальний характер COVID-19 і його вплив на електронну торгівлю можуть сприяти зміцненню міжнародного співробітництва й подальшого розвитку політики щодо закупівель і поставок в Інтернеті. Пандемія продемонструвала, що електронна торгівля може бути важливим інструментом / рішенням для споживачів, а також підтримувати малий бізнес й, підвищуючи конкурентоспроможність економіки, бути економічним двигуном як для внутрішнього зростання, так і для міжнародної торгівлі. Соціальне дистанціювання та суттєві обмеження висвітлили важливість цифрових технологій в цілому по всьому світі. Про це також наголошено у інформаційній записці Секретаріату СОТ, присвяченій тому, як пандемія COVID-19 вплинула на електронну комерцію та спричинені нею наслідки для транскордонної торгівлі. У цьому документі, серед іншого, наголошується на більш широкому використанні електронної торгівлі в контексті того, як

споживачі пристосовуються до заходів ізоляції та соціального дистанціювання, більш того, звертається увага на певне коло проблем, серед яких необхідність подолання цифрового розриву всередині країн та між державами [2].

Слід відзначити, що малий та середній бізнес з низьким або нестабільним грошовим потоком стають особливо вразливими під час криз, оскільки вони борються за прибутковість [3].

Дослідження виявляють взаємозв'язок між фінансами та стратегією, особливо з орієнтацією на підприємництво та ринок. У свою чергу, поєднання підприємницької та ринкової орієнтації може призвести до ощадливих та гнучких маркетингових зусиль, які є особливо цінними під час пандемії, пошуку можливостей та організації ресурсів [3].

Стрімкий розвиток електронного обміну даними та глобальної мережі Інтернет спричинив перерозподіл акцентів з комунікаційної та інформаційно-пошукової функції мережі Інтернет на ведення за її допомогою сучасного бізнесу – електронного бізнесу, як електронної економічної діяльності, яка здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій з метою отримання прибутків [3].

Вплив інформаційного фактору на сучасне суспільство і економіку, його наслідки ще не повністю осмислені. Створення та поширення інформації привносить нові відносини між учасниками мережевої комунікації, яка за своєю природою знімає комунікаційні бар'єри, полегшує і демократизує комунікацію.

Сьогодні Інтернет став потужним віртуальним електронним ринком, значно змінивши традиційні умови введення міжнародного бізнесу. Цьому сприяли різні фактори (табл. 1.1). [3]

Якщо раніше веб-ресурс використовувався в форматі електронних листів, які гарантували швидку комунікацію між підрозділами великих компаній, то на сьогоднішній день ефективний розвиток бізнесу вимагає постійного знаходження в електронному режимі. За статистикою переважна більшість організацій повністю або частково працюють у світовій мережі, використовуючи новітні інтернет технології ведення бізнесу [5].



Таблиця 1.1.

## Фактори становлення мережі Інтернет як потужного віртуального середовища

Фактори	Зміст факторів
Просторово-часові	Інтернет постійно розширює межі свого впливу, а час в мережі розглядається не тільки в контексті тривалості її функціонування в астрономічних рамках добового циклу, але і зі швидкістю доставки запитуваної інформації.
Економічні	Інтернет став порівняно дешевим способом доступу до цілого ряду високоякісних послуг, зниження витрат і адаптації до зміни ситуації на ринку. І сама специфіка електронної комерції має на увазі великі можливості для потенційних клієнтів компанії.
Структурні	Інтернет сприяв появі нових галузей економіки, в тому числі на міжнародній арені - дистанційна торгівля, електронна комерція, аутсорсинг, офшорне програмування тощо.
Комунікаційні	Інтернет виходить за рамки просто сучасного засобу реклами і стає новим джерелом маркетингових досліджень, комунікацій зі споживачем, дозволяє перевести обслуговування клієнтів на новий рівень. Продавці можуть оперативнo реагувати на стан ринку, змагатися з ціною конкурентів і при можливості робити свої пропозиції більш привабливими.
Інструментарні	Блоги та соціальні мережі міцно увійшли в економічну складову Інтернету. З кожним днем все більше з'являється нових соціальних мереж, які об'єднують людей за різними критеріями. З їх активним впровадженням з'явилася нова можливість для розміщення реклами, просування бренду і залучення потенційних клієнтів.

Джерело: складено автором на основі [3]

Сьогодні багато міжнародних компаній роблять основну ставку в розвитку бізнесу на продаж через Інтернет з наступних причин [4]:

- відсутність географічних обмежень, можливість здійснювати діяльність не тільки в «місцевому» регіоні, а й за рамками нього, в т.ч. в інших державах [4];
- швидкий вихід на цільову аудиторію, а також порівняно невеликі витрати, пов'язані з входом на ринок [4];
- порівняно недорога реклама та невисока вартість залучення потенційного покупця. Модель будь-якого бізнесу базується на двох аспектах - виробництво товарів або послуг і їх споживання. Щоб налагодити стійкий двосторонній зв'язок, необхідна ефективна реклама і пошук цільової аудиторії. Щорічно компанії вкладають все менше коштів у просування своїх послуг через традиційні джерела (телебачення, преса, радіо), вважаючи за краще пошук нових клієнтів і ділових партнерів в веб-просторі. Використання інтернет технологій в бізнесі будь-якого роду дає можливість істотно швидше знайти свого споживача і більш раціонально розпорядитися своїми ресурсами. Інтернет технології в бізнесі - це найпотужніший інструмент маркетингу, який можна використовувати в різних напрямках для досягнення конкретних цілей [4];
- можливість представити весь асортимент продукції з детальним описом та ілюстраціями. Як наслідок підвищення конверсії. Створення корпоративного сайту або інтернет-порталу істотно збільшують впізнаваність компанії і забезпечують стабільний приплив клієнтів при правильній реалізації маркетингового плану. Додатково це впливає на імідж організації, адже наявність свого рекламного ресурсу в мережі або якісного сайту - це показник процвітання, стабільності і успішного розвитку будь-якої фірми [4];
- безмежні можливості в проведенні різноманітних досліджень (побудова реальних моделей розвитку конкретних сегментів ринку, соціологічні опитування та інші тематичні дослідження) [4];



- електронна комерція (продаж товарів або надання послуг в електронному режимі, біржова торгівля, банківська діяльність, фондові ринки і багато іншого) [4];
- надання додаткових / супутніх послуг після продажу товару [4];
- зв'язок з громадськістю (новини, презентації, додаткова інформація за запитом потенційних або вже існуючих клієнтів) [4];
- збільшення збуту продукції. Незалежно від того, в якій сфері ведеться бізнес, сучасна компанія не може без мережі Інтернет. [4]

Якщо раніше веб-ресурс використовувався в форматі електронних листів, які гарантували швидку комунікацію між підрозділами великих компаній, то на сьогоднішній день ефективний розвиток бізнесу вимагає постійного знаходження в електронному режимі. За статистикою переважна більшість організацій повністю або частково працюють у світовій мережі, використовуючи новітні інтернет технології ведення бізнесу [5].

Основною ціллю сучасного електронного бізнесу є використання усіх можливостей та переваг Інтернету для розвитку традиційного бізнесу та створення і організацію новітніх видів електронному-бізнесу. Електронний бізнес охоплює всі види підприємницької діяльності (рис.1.2). [28]



Рис. 1.2. Основні напрями сучасного електронного бізнесу

Джерело: складено на основі [28]

Корпорація IBM визначала електронний бізнес як безпечний, гнучкий і комплексний підхід до забезпечення споживача диференційованої споживчою цінністю за допомогою об'єднання систем і процесів, що лежать в основі найважливіших функцій бізнесу, з простотою і охопленням, що забезпечуються Інтернет —технологіями [6].

Проведене дослідження дає змогу підсумувати тенденції та перспективи розвитку електронної комерції як новітньої форми економічних відносин в міжнародному бізнесі.

По-перше, масштаби та обсяги бізнес-операцій в електронній комерції і надалі демонструватимуть зростання.

По-друге, переведення частини бізнесу у цю сферу в перспективі передбачатиме розширення використання таких інноваційних інструментів онлайн-комунікацій, як технології доповненої реальності, технології голосового пошуку, чат-боти, мобільні застосунки, гейміфікація продажів тощо.

По-третє, стрімкий розвиток електронної комерції потребуватиме розробки системи запобігання та нейтралізації ризиків та створення відповідної нормативно-правової бази в цій сфері.

По-четверте, перехід бізнесу на інноваційні форми взаємодії в інтернет-просторі стане безальтернативним шляхом розвитку і збереження конкурентних позицій на ринках, що вимагатиме формування нових підходів в торговельній політиці на міжнародному та глобальному рівнях, що формує поле для подальших досліджень цієї проблеми.

## **1.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності ТОВ «Розетка»**

Товариство з Обмеженою Відповідальністю «Розетка» (далі ТОВ «РОЗЕТКА») (Код ЄДРПОУ 34047188) засновано в місті Києві 8 грудня 2006 року. [7]

Основним видом діяльності обраного підприємства є посередництво в торгівлі товарами широкого асортименту (КВЕД 51.19.0); також додаткові види



діяльності: оптова торгівля радіотелевізійною апаратурою та засобами звуко- та відеозапису (КВЕД 51.43.2); оптова торгівля комп'ютерами, периферійними пристроями та програмним забезпеченням (КВЕД 51.84.0); оптова торгівля офісною технікою та устаткуванням (КВЕД 51.85.0); інші види оптової торгівлі (КВЕД 51.90.0); роздрібна торгівля побутовими електротоварами, радіо- та телеапаратурою (КВЕД 52.45.0). [7]

ROZETKA – найбільший онлайн-ритейлер у країні. З 2005 року основним гаслом компанії є ствердження: « У нас можна знайти буквально все». Онлайн-ритейлер продає за справедливою ціною та надає гарантію, бо вважає, що онлайн-шопінг має бути максимально зручним і безпечним. «І щоразу, коли хтось натискає «Купити», ми розуміємо, що робимо потрібну справу» . [8]

«Rozetka – це універсальна відповідь на будь-який запит, початок пошуку та його кінцева зупинка, справжній помічник. Ми назавжди позбавляємо своїх покупців від неприємних компромісів, виконуємо бажання і даємо змогу мріяти сміливіше. Завдяки розумному пошуку та чесному сервісу ми робимо життя наших клієнтів трішки кращим просто зараз». [8]

На сайті ТОВ «Розетка» представлено 3.9 млн доступних товарів, 789 користувачів, 81% постійної клієнтської бази та 2,5 млн відвідувачів сайту на день. [8]

ТОВ «Розетка» також продає свою франшизу на відкриття оффлайн-магазинів та місць отримання замовлень. На даний момент відкрито 27 таких магазинів (з запланованих 95 магазинів по всій території України) 11 магазинів в Києві та по одному в Житомирі, Харкові, Броварах, Ірпіні, Гатному, Крюківщині, Софіївській-Борщагівці, Самбірі та Південному. [9]

Для оцінки потенціалу підприємства ТОВ «Розетка» перш за все необхідно розглянути основні фінансові показники компанії та прослідкувати тенденцію змін за останні 5 років (табл. 1.2) (Додаток А-Е).

Як можна побачити ТОВ «Розетка» має стабільні фінансові показники, що значно сприятиме діяльності підприємства та свідчить про ефективність стратегії електронної комерції.

Разом з цим компанія підтримує сучасні тенденції в виробництві та реінвестує дохід в подальший розвиток виробництва та удосконалення цього процесу, завдяки чому має значні конкурентні переваги на українському та зарубіжних ринках.

Чистий дохід від реалізації продукції та чистий прибуток станом на 2020 року пропорційно збільшувався щорічно. Але за 2020 рік зазнав різкого підйому, що можна пояснити важкою ситуацією у зв'язку з пандемією COVID-19 та концентрацією бізнесу саме в мережі інтернет через локдаун.

Таблиця 1.2

### Основні фінансово-економічні показники ТОВ «Розетка» у 2016-2020

рр., тис. грн.

Показники	Абсолютне відхилення, (+/-)				Відносне відхилення, %			
	17/16	18/17	19/18	20/19	17/16	18/17	19/18	20/19
Чистий дохід від реалізації продукції	1110104	2602340	3610450	5 897 449	23,1	44,1	42,4	48,6
Собівартість реалізованої продукції	-1099835	-2307510	-3070043	-4 914 873	25,9	43,2	40,1	45,8
Фінансовий результат до оподаткування	-369299	33201	-9326	107 370	-97,6	369,5	-22,1	326,7
Витрати з податку на прибуток	2144	-	-	-	-	2144	-	-
Чистий прибуток/ збиток	-2401	28950	-9456	85 116	-29,3	501,1	-27,2	336,8

Джерело: складено на основі додатків А-Е.

Онлайн-ритейлер Rozetka вийшов на ринок Узбекистану. Тепер у компанії повідомили, що окрім двох уже відкритих точок видачі в Ташкенті планується



запуск ще чотирьох, а також компанія працює над проектом кросбордеру міжнародної торгівлі між Україною та Узбекистаном. [10]

Поки що, Rozetka працює тільки в Ташкенті (столиця Узбекистану), де компанія має дві точки видачі і здійснюється безкоштовну доставку товарів по місту, але незабаром компанія планує вихід у регіони Узбекистану. [10]

«Узбекистан — країна, що стрімко розвивається, з 35-мільйонним населенням, ми бачимо на цьому ринку великий потенціал і сподіваємося, що такі перспективні для економіки країни проекти отримають підтримку. Поки що все рухається дуже активно. Плануємо незабаром відкрити в Ташкенті ще 4 точки видачі, а також вирушимо до регіонів. Розглядаємо Самарканд, Наманган, Андіжан, Бухару та Фергану. Також налагоджуємо взаємодію з місцевими та міжнародними операторами last-mile», - заявив Георгій Фесенко, CEO ROZETKA в Узбекистані. [10]

Крім того, в Rozetka повідомили, що працюють над проектом кросборду: щоб мільйони товарів з rozetka.com.ua стали доступними для покупців із Узбекистану, а товари з Узбекистану імпортувалися до України. [10]

Щодо запуску маркетплейсу (зараз Rozetka всі товари в Узбекистані продає самостійно) у компанії повідомили, що він з'явиться вже у 2022 році. [10]

## **Висновки до розділу 1**

Електронна комерція – це продаж продукції або послуг за допомогою мережі інтернет. Даний вид продажів набув популярності та поширення після того, як мережа інтернет стала доступна звичайним користувачам. Перспективи такого підходу однозначні, насамперед, у процесі організації торгівлі. Якщо для традиційних продажів необхідно орендувати, побудувати або купити магазин, що саме по собі вже дуже затратно, то для інтернет-комерції потрібен тільки спеціальний сайт, який і виступатиме своєрідним торговим майданчиком.

Специфіка таких ресурсів полягає в їхній певній структуризації та реалізованих можливостях вибору товару та його оплати, що робить такі сайти

зручними для звичайних користувачів, навіть із мінімальними навичками роботи в мережі інтернет.

На даний момент електронна комерція активно розвивається, і при бажанні в мережі інтернет можна придбати майже будь-який товар або замовити будь-яку послугу. Так само ефективно продаються, як будматеріали оптом, так і одяг, взуття та інша продукція в роздріб. Зручність електронної торгівлі у тому, що для будь-якого товару можна знайти покупця, доклавши набагато менше коштів, і зусиль. Специфіка продажів у мережі інтернет полягає також у тому, що зникає географічна прихильність до точки реалізації продукції. Не можна не відзначити, що сайт працює 24 години на добу, тоді як звичайний магазин функціонує лише обмежений час, що суттєво зменшує надходження відвідувачів. Власне, заявки фіксуються в автоматичному режимі, що дає ще одну перевагу інтернет-магазинам. Найчастіше такі ресурси обслуговує обмежена кількість співробітників, що знижує витрати на їх утримання. Надає можливість такої економії система SoftERP. Функціонує на основі загальної інформаційної бази, вона не тільки автоматизує основні бізнес-процеси, але й дає можливість створення повної взаємодії та оперативного обміну інформацією між підрозділами компанії. При такому програмному забезпеченні електронна комерція стає максимально ефективною, через що підвищується товарообіг і рентабельність підприємства. Також можна суттєво підвищити довіру покупців шляхом чіткого та своєчасного виконання замовлень.

Пандемія, яка охопила весь світ, поза всіляким сумнівом, вплинула на електронну комерцію, надавши їй суттєву перевагу над оффлайн-торгівлею. Можна констатувати, що сьогодні глобальний характер COVID-19 і його вплив на електронну торгівлю можуть сприяти зміцненню міжнародного співробітництва й подальшого розвитку політики щодо закупівель і поставок в Інтернеті.

Rozetka – це універсальна відповідь на будь-який запит, початок пошуку та його кінцева зупинка, справжній помічник.



На сайті ТОВ «Розетка» представлено 3.9 млн доступних товарів, 789 користувачів, 81% постійної клієнтської бази та 2,5 млн відвідувачів сайту на день. [8]

Чистий дохід від реалізації продукції та чистий прибуток станом на 2020 року пропорційно збільшувались з кожним роком. Але за 2020 рік зазнав різкого падіння, що можна пояснити важкою ситуацією у зв'язку з пандемією COVID-19 та концентрацією бізнесу саме в мережі інтернет через локдаун.

Онлайн-рітейлер Rozetka вийшов на ринок Узбекистану. Тепер у компанії повідомили, що окрім двох уже відкритих точок видачі в Ташкенті планується запуск ще чотирьох, а також компанія працює над проектом кросбордеру міжнародної торгівлі між Україною та Узбекистаном. [10]

Поки що, Rozetka працює тільки в Ташкенті (столиця Узбекистану), де компанія має дві точки видачі і здійснюється безкоштовну доставку товарів по місту, але незабаром компанія планує вихід у регіони Узбекистану. [10]

Щодо запуску маркетплейсу (зараз Rozetka всі товари в Узбекистані продає самостійно) у компанії повідомили, що він з'явиться вже на 2022 рік. [10]

## РОЗДІЛ 2.

### ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ТОВ «РОЗЕТКА» У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

#### 2.1. Оцінка сприятливості бізнес-середовища ТОВ «Розетка» в міжнародному бізнесі

Розглянувши специфіку діяльності ТОВ «Розетка», можна зробити висновок, що підприємство має потенціал для виходу на закордонні ринки та вже почало вести свою діяльність в країнах пострадянського простору. Враховуючи ситуацію, що склалась на східній частині нашої країни, ті бар'єри та логістичні труднощі, що виникли за останні 8 років, ринок Узбекистану має меншу ефективність для фінансового стану розглянутого підприємства.

Через вище зазначені причини, на мою думку, є доцільним вихід на європейські країни з маркет-плейсом від ТОВ «Розетка».

Нагадаємо, що у квітні набуло чинності рішення ЄС про одностороннє зниження митного збору на українські товари, що постачаються на ринки Європейського Союзу. Для українських експортерів це означає спрощення доступу на ринки ЄС. Розширення торгівельних можливостей з іншими країнами має позитивно вплинути на українську економіку, а, отже, і на добробут населення країни [11].

Наявний у фірми певний рівень знання ринку через деякий час вплине на рішення про здійснення операцій та на характер здійснення фірмою операцій у наступні періоди. Дані операції та рішення, у свою чергу, стануть впливати на знання ринку і прихильність до ринку вже на пізніших стадіях, як по спіралі, що поступово розвивається.

На основі вищевикладеного модель Апсала передбачає наступний підхід до поведінки фірми в процесі інтернаціоналізації. Цей підхід виражений у двох основних принципах [12].



1. Здійснення інвестицій у певній країні проводиться обережно та послідовно як результат поступового супутнього досвіду [12].

2. Фірми починають або продовжують інвестувати на одному або кількох ринках географічно близьких країн, а не віддалених ринках та (або) кількох ринках одночасно. Близькі ринки розташовані на меншій "психологічній дистанції" [12].

Застосування на практиці моделі Апсала засноване на побудові стратегії у прийнятті рішень та виборі організаційних форм, що залежить від багатьох факторів, поєднання яких удосконалює процес перевірки та оцінки моделі виходу вітчизняного підприємства на етнічно близький іноземний ринок. Дані фактори включають посилення факторів моделі або стримування експорту, потреба в інформації та процес її отримання, вибір зарубіжного ринку і вихід на нього (з урахуванням ефекту психологічної дистанції), розширення фірми і маркетингові стратегії [13]. Тому країни для виходу на закордонний ринок були обрані саме за цією моделлю: Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія.

Ефективним інструментом оцінювання стану бізнес-середовища є індексний метод, який ґрунтується на узагальненні результатів експертно-аналітичних досліджень міжнародних економічних процесів та є підставою для формування рейтингів країн за відповідними критеріями порівняння. Підґрунтям для вибору оптимального закордонного ринку є результати аналізу позиції кожної з країн у поширених рейтингових системах: індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) [14]; індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom) [15]; індекс легкості ведення бізнесу (Doing Business) [16] (табл.2.1).

На основі індексів глобальної конкурентоспроможності, економічної свободи, легкості ведення бізнесу було обрано 3 країн для виходу ТОВ «Розетка» на новий іноземний ринок, а саме: Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія. Всі з обраних країн мають індексні значення вище середнього та демонструють сприятливе середовище для виходу на їх ринок. За рахунок агрегованих

показників можна розглянути бізнес-середовища більш детально та зробити вибір приймаючого ринку з найкращими умовами на основі даного аналізу.

Зважаючи на те, що у першу чергу нас цікавить можливість знайти інвесторів на ринку електронно комерції, спроможних вкласти у підприємство фінансові ресурси, а також сприяти його прогресивному розвитку, найбільш цікавими з-поміж усього переліку індикаторів рейтингу для нас є такі: макроекономічна стабільність, розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій, кваліфікація, відкритість торгівлі, якість фінансової системи, розмір ринку, бізнес динамізм та інноваційна спроможність (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

**Характеристика бізнес-середовища потенційних країн-партнерів ТОВ «Розетка» за даними Рейтингу глобальної конкурентоспроможності**

Показник	Польща	Угорщина	Молдова	Болгарія
Макроекономічна стабільність	100,0	90,0	3,4	90,0
Розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій	65,4	64,2	66,8	73,4
Кваліфікація	72,1	69,0	61,5	67,9
Відкритість торгівлі	59,5	60,0	61,1	56,7
Якість фінансової системи	64,1	61,5	46,8	59,6
Розмір ринку	74,1	62,7	36,1	54,9
Бізнес динамізм	62,0	58,1	60,1	61,9
Інноваційна спроможність	49,7	47,4	29,9	45,0
Середнє значення за зазначеними показниками	68,4	64,1	54,5	63,7

Джерело: складено автором а даними [14].

Макроекономічна стабільність, як ми зазначали у першому параграфі, є основоположним індикатором розвитку бізнес-середовища: лише за умови стабільного стану економіки її суб'єкти спроможні адаптуватися до нових умов діяльності, впровадження інновацій та інвестування за кордон. Розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій, з огляду на сучасні тенденції розвитку ринку, також дає можливість оцінити спроможність місцевих підприємств функціонувати у нових умовах. Кваліфікація як індикатор



дозволяє оцінити наявність на ринку нових підходів до управління бізнесом, які за умови створення електронної комерції підприємства можна буде адаптувати у діяльність ТОВ «Розетка». Відкритість торгівлі та розмір ринку на наш погляд, виступають індикаторами спроможності нарощувати обсяги експорту на певний ринок. Якість фінансової системи є надзвичайно важливою для нашої оцінки, зважаючи на значущість регуляторних норм у сфері руху капіталу для інвестування. Бізнес динамізм та інноваційна спроможність можуть допомогти оцінити привабливість ринку з точки зору отримання з нього разом з фінансовими інвестиціями сучасних підходів до ведення бізнесу. За більшістю показників найпривабливішим для підприємства є ринок Польщі: рівень макроекономічної стабільності країни є найвищим (100), найвищим з-поміж обраних країн є також показник кваліфікації. Країна також є лідером за якістю фінансової системи (ключовий показник), розміром ринку, бізнес-динамізмом та інноваційною спроможністю. За рівнем розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій найвищою є позиція Болгарії, за відкритістю торгівлі – Молдови. Цікавим також є те, що Угорщина, яка за жодним з обраних індикаторів не є лідером, посідає за узагальнюючим показником другу позицію.

Рейтинг легкості ведення бізнесу охоплює такі групи показників як заснування бізнесу, отримання дозволів на будівництво, доступ до електроенергії, реєстрація власності, доступ до кредитних ресурсів, захист монітарних інвесторів, сплата податків, міжнародна торгівля, виконання контрактів та відновлення платоспроможності (табл. 2.2).

Загалом, представлені нами показники здебільшого характеризують сприятливість середовища країни для започаткування у ній бізнесу, а не інвестування за кордон. Втім для нас з-поміж названих індикаторів можуть бути цікаві такі: доступ до кредитів (оскільки цей показник можна використати для оцінки здатності потенційного інвестора отримати кошти для укладення угоди), сплата податків (оскільки для потенційного інвестора важливим буде питання подвійного оподаткування і стягнення податків, а

зазначені проблеми якраз і враховуються при розрахунку зазначеного індикатора), міжнародна торгівля (оскільки у цілому цей показник характеризує відкритість економіки для співпраці із іноземними партнерами), виконання контрактів (оскільки тут враховується такий показник, як якість юридичного супроводу цього процесу) та відновлення платоспроможності (оскільки цей індикатор вказує на стабільність фінансової системи країни).

Таблиця 2.2.

**Характеристика бізнес-середовища потенційних країн-партнерів ТОВ «Розетка» за даними Рейтингу легкості ведення бізнесу»**

Показник	Польща	Угорщина	Молдова	Болгарія
Доступ до кредитів	75,00	75,00	70,00	65,00
Сплата податків	76,49	73,81	84,55	72,00
Міжнародна торгівля	100,00	100,00	92,32	97,41
Виконання контрактів	64,36	70,98	60,87	67,04
Відновлення платоспроможності	76,48	55,03	54,12	57,52
Середнє значення за зазначеними показниками	78,47	74,96	72,37	71,79

Джерело: складено автором за даними [15]

У цілому, як і за даними рейтингу глобальної конкурентоспроможності найбільш привабливим ринком для ТОВ «Розетка» є Польща, на другому місці знаходиться Угорщина. Зазначені країни є лідерами за показниками «Доступ до кредиту» та «Міжнародна торгівля», Польща також займає лідируючі позиції за відновленням платоспроможності, Угорщина – за виконанням контрактів. Молдова є найкращою з-поміж країн рейтингу за сплатою податків.

Останнім рейтингом, інформацію якого ми використали, є рейтинг за показниками економічної свободи, який охоплює такі сфери як захист прав власності, юридична ефективність, інтегративність дій Уряду, податковий тиск, урядові витрати, фіскальне здоров'я, свобода ведення бізнесу, свобода



праці, монетарна свобода, торговельна свобода, свобода інвестування, фінансова свобода (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

**Характеристика бізнес-середовища потенційних країн-партнерів ТОВ «Розетка» за даними Рейтингу економічної свободи**

Показник	Польща	Угорщина	Молдова	Болгарія
Юридична ефективність	48,90	52,40	29,90	43,60
Фіскальне здоров'я	94,60	83,30	96,50	99,20
Бізнес свобода	61,60	59,90	66,20	62,90
Торговельна свобода	84,00	84,00	76,80	84,00
Інвестиційна свобода	80,00	80,00	55,00	70,00
Фінансова свобода	70,00	70,00	50,00	60,00
Середнє значення за зазначеними показниками	73,18	71,60	62,40	69,95

Джерело: складено автором за даними [16]

Індикатором, який для нас має найбільший інтерес у контексті нашого дослідження, є інвестиційна свобода, лідерами за рівнем якої є Польща та Угорщина. Ці країни також є лідерами за фінансовою свободою та свободою торгівлі (за цим показником аналогічно оцінений також ринок Болгарії). Болгарія також є лідером серед обраних країн за фіскальним здоров'ям, Угорщина – за юридичною ефективністю. При цьому як і за рештою рейтингів найбільш привабливим для виходу на ринок електронної комерції є для ТОВ «Розетка» ринок Польщі.

Для узагальнення результатів здійсненого аналізу нами було розраховано агрегований показник стану бізнес-середовища розглянутих країн (Додаток «Ж»).

Водночас зазначимо, що оцінка позиції Польщі є істотно вищою за позицію Угорщини, що вказує на те, що у першу чергу підприємству доцільно виходити на цей ринок. Водночас за умови знаходження потенційних інвесторів на ринку Угорщини компанії доцільно також пристати на його пропозицію співпраці.

Оцінку перспективності електронної комерції ТОВ «Розетка» нами було здійснено для тих ринків, куди протягом останніх років підприємство здійснювало поставки продукції – Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія.

Для оцінки привабливості бізнес-середовища країни використаємо інформацію, представлену у глобальних рейтингах, зокрема Рейтингу глобальної конкурентоспроможності, рейтингу легкості ведення бізнесу, рейтингу економічної свободи.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу, робимо висновок, що ТОВ «Розетка» доцільно орієнтуватися у першу чергу на ринок Польщі та Угорщини, оскільки ці країни є найбільш розвинутими з-поміж тих, на ринки яких наразі здійснюються експортні поставки, і підприємства з цих держав мають найбільший потенціал для інвестування у розвиток підприємства.

Окрім цього, бізнес-культура цих ринків є достатньо високою, і за умови створення спільного підприємства ТОВ «Розетка» матиме можливість отримати не лише фінансові ресурси для фінансування подальшого розвитку, але й досвід та сучасні підходи до організації бізнес-процесів.

## **2.2. Шляхи вдосконалення електронної комерції ТОВ «Розетка» на закордонних ринках**

Оптимальним варіантом при виході на іноземний ринок для ТОВ «Розетка» є європейська країна та поєднання традиційних засобів комунікацій з нетрадиційними. Цільова аудиторія даних каналів може не перетинатися, що значно підвищить ефективність їх використання. Розглянемо основні засоби просування продукції на ринок ЄС (Угорщину).

На основі проведеного дослідження, були розроблені пропозиції для вдосконалення маркетингової стратегії ТОВ «Розетка» на зовнішніх ринках:

- Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів;
- Адаптація мережі комунікації під іноземний ринок;



- Організація презентацій продукції провідним оптовим компаніям ЄС та торговельним мережам;
- Адресна розсилка презентаційних матеріалів на керівників європейських компаній.
- Розробка окремого нового сайту, орієнтованого на зарубіжного покупця.

Таблиця 2.4

**Основні інструменти розробки програми розвитку просування продукції ТОВ «Розетка» на зовнішній ринок ЄС (Угорщина)**

<i>Заходи</i>	<i>Особливість використання у процесі розширення зовнішнього ринку</i>	<i>Очікувані результати від використання</i>
1	2	3
Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів	Розміщення інформації про підприємство та його продукцію на інформаційних ресурсах ЄС	Розширення клієнтської бази
<p>Пасивні комунікації:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- організація презентацій продукції провідним оптовим компаніям ЄС та торговельним мережам;</li> <li>- адресна розсилка презентаційних матеріалів на керівників європейських компаній</li> </ul>	Підприємство планує організувати відрядження декількох працівників збуту задля проведення зустрічей з представниками компаній ЄС. Будуть проведені презентації продукції та надані комерційні пропозиції	Отримання нових угод на постачання продукції до ЄС
Розробка окремого нового сайту, орієнтованого на зарубіжного покупця	Потрібно сформувати новий сайт, на якому буде міститися інформація про продукцію	Ефектом від впровадження нового сайту буде посилення іміджу компанії на європейському ринку

Джерело: складено автором

Для розрахунку прогнозу на кінець 2021-2023 рр. без урахування вдосконалень, що були запропоновані, необхідно розглянути фінансову звітність за останні 5 років діяльності компанії (Додаток А-Е). Результати розрахунку вказаний в таблиці 2.5. Методи розрахунку наведені в додатку «З».

Таблиця 2.5

**Прогноз результатів діяльності ТОВ «Розетка»  
на 2021-2023 рр., тис.грн (без урахування пропозицій)**

Показники	Факт		Прогноз	
	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	5 897 449	10304230,00	14711011,00	19117792,00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	-4914873	-8712293,33	-12509713,67	-16307134,00
Валовий прибуток, ВП	948059	19016523,33	27220724,67	35424926,00
Інші операційні доходи, ІД	-51439	-61443	-71447	-81451
Адміністративні витрати, АВ	-13351	104	13559	27014
Витрати на збут, ВЗ	795828	1521657,00	2247486	2973315
Інші операційні витрати, ІОВ	-7853	161222,667	330298,3333	499374
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	106730	17272096,67	24557934,33	31843772,00
Інші фінансові доходи, Діф	-479	-479	-479	-479
Інші доходи, Ід	0	0	0	0
Фінансові витрати, ФВ	-1195	-1195	-1195	-1195
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	107370	17272812,67	24558650,33	31844488,00



## Продовження таблиці 2.5

Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	0	3422974,2	4899730,44	6376486,68
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	85116	13849838,47	19658919,89	25468001,32

Джерело: виконано на основі Додатку А-Е.

Бюджет витрат на заходи з просування продукції на ринок ЄС наведено у табл. 2.6. Отже, бюджет заходів на впровадження електронної комерції електронна комерція підприємства на ринок ЄС становить 3 722 тис.грн та 200000 грн щорічно.

Таблиця 2.6

**Можливі витрати та результати від реалізації експортної стратегії  
ТОВ«Розетка» на території Угорщини**

Пропозиція	Можливі витрати на реалізацію	Очікуваний дохід
Пасивні комунікації: - організація презентацій продукції провідним оптовим компаніям ЄС та торговельним мережам; - адресна розсилка презентаційних матеріалів для європейських компаній	Додатково 200000 грн щорічно	Очікуваний дохід компанії 12% від загального обороту щорічно
Розробка окремого нового сайту, орієнтованого для зарубіжного покупця	Витрати на розширення складатимуть 10% (3 722 тис. грн) від вартості основних засобів	

Джерело: складено автором

Виходячи з таблиці 2.5, необхідно провести аналогічне прогнозування, але з коригуванням в залежності від потенційних витрат та прибутку від діяльності

(табл. 2.7). Щорічно дохід компанії за прогнозними даними має становити 12% від загального обороту компанії. Додатково необхідно включити наступні статті витрат до прогнозу: витрати на збут в розмірі 3 722 тис. грн (10% від вартості основних засобів), в які вже враховано складські послуги; інші операційні витрати (пов'язані з розробкою дистрибуційної політики) в розмірі 200000 грн щорічно. Звісно потрібно очікувати підвищення такої статті розходів, як адміністративні витрати, адже разом з доходом буде збільшуватися сума податків, яку підприємство має виплатити державі.

Таблиця 2.7

**Прогноз можливих результатів діяльності ТОВ «Розетка» на 2021-2023 рр.,  
тис.грн (з урахування пропозицій)**

Показники	Факт		Прогноз	
	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	5 897 449	11011923,88	11011923,88	11011923,88
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	-4914873	-8708571,33	-8708571,33	-8708571,33
Валовий прибуток, ВП	948059	19720495,21	19720495,21	19720495,21
Інші операційні доходи, ІД	-51439	-61443	-61443	-61443
Адміністративні витрати, АВ	-13351	104	104	104
Витрати на збут, ВЗ	795828	1721657,00	1721657,00	1721657,00
Інші операційні витрати, ІОВ	-7853	164944,6667	164944,6667	164944,6667
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	106730	21545757,88	21545757,88	21545757,88
Інші фінансові доходи, Діф	-479	-479	-479	-479
Інші доходи, Ід	0	0	0	0

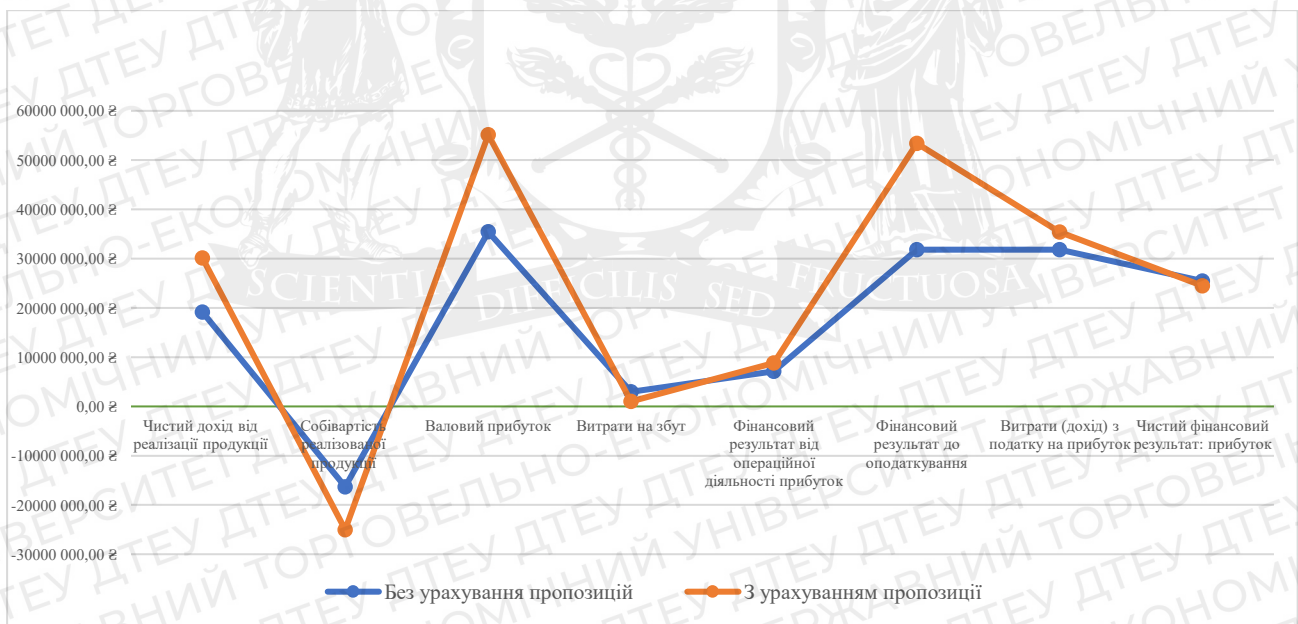


## Продовження таблиці 2.7

Фінансові витрати, ФВ	-1195	-1195	-1195	-1195
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	107370	2585576,87	2585576,87	2585576,87
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	0	3549689,138	3549689,138	3549689,138
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	85116	-964112,27	-964112,27	-964112,27

Джерело: виконано на основі Додатку А-Е.

Розрахувавши можливі сценарії розвитку фінансових результатів для ТОВ «Розетка» на 2021-2023 роки, можна виконати їх порівняльну характеристику та оцінити ефективність розроблених пропозицій (рис. 2.1).



**Рис. 3.2. Тренд фінансового стану ТОВ «Розетка» станом на 2023 рік з/без урахування пропозицій**

Джерело: складено автором на основі таблиці 2.5 та таблиці 2.7.

Розглядаючи тенденцію розвитку фінансових показників з та без урахування пропозицій для вдосконалення діяльності підприємства, було проведено на основі прогнозу на 2023 рік, адже прогноз був створений

пропорційно до попередніх років. Це допоможе нам побачити зміни в довгостроковій перспективі.

Ми можемо спостерігати покращення фінансових результатів ТОВ «Розетка», незважаючи на те що інші операційні витрати підвищились (3 722 тис. грн щорічно) та витрати на розробку дистрибуційної політики збільшилися (200 000 грн щорічно), чистий прибуток від реалізації продукції збільшився на 6 432 113,59 тис. грн, та чистий дохід від реалізації продукції підвищився, але незначно. Втім, за рахунок розроблених пропозицій було перекрито збитки за період пандемії, через це стрімкий ріст чистого прибутку не спостерігається.

Отже, результат даного прогнозування щодо виходу ТОВ «Розетка» на ринок європейської країни, а саме, Угорщини, є ефективним та позитивно відобразиться на фінансових показниках підприємства.

## **Висновки до розділу 2**

Розглянувши специфіку діяльності ТОВ «Розетка», можна зробити висновок, що підприємство має потенціал для виходу на закордонні ринки та вже почало вести свою діяльність в країнах пострадянського простору. Враховуючи ситуацію, що склалась на східній частині нашої країни та ті бар'єри та логістичні труднощі, що виникли за останні 8 років, ринок Узбекистану меншу ефективність для фінансового стану розглянутого підприємства.

Через вище зазначені причини, на мою думку, є доцільним вихід на європейський ринок з маркет-плейсом від ТОВ «Розетка».

Застосування на практиці моделі Апсала, засноване на побудові стратегії у прийнятті рішень та виборі організаційних форм, що залежить від багатьох факторів, поєднання яких удосконалює процес перевірки та оцінки моделі виходу вітчизняного підприємства на етнічно близький іноземний ринок. Дані фактори включають посилення факторів моделі або стримування експорту, потребу в інформації та процес її отримання, вибір зарубіжного ринку і вихід на нього (з урахуванням ефекту психологічної дистанції), розширення фірми і



маркетингові стратегії [13]. Тому країни для виходу на закордонний ринок були обрані саме за цією моделлю: Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія.

На основі індексів глобальної конкурентоспроможності, економічної свободи, легкості ведення бізнесу було обрано 3 країн для виходу ТОВ «Розетка» на новий іноземний ринок, а саме: Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія. Всі з обраних країн мають індексні значення вище середнього та мають сприятливе середовище для виходу на їх ринок, за рахунок агрегованих показників можна розглянути бізнес-середовища більш детально та зробити вибір приймаючого ринку з найкращими умовами на основі даного аналізу.

Оцінку перспективності електронної комерції ТОВ «Розетка» нами було здійснено для тих ринків, куди протягом останніх років підприємство здійснювало поставки продукції – Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія. Для оцінки привабливості бізнес-середовища країни використаємо інформацію, представлену у глобальних рейтингах, зокрема Рейтингу глобальної конкурентоспроможності, рейтингу легкості ведення бізнесу, рейтингу економічної свободи.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу, доходимо висновку, що ТОВ «Розетка» доцільно орієнтуватися у першу чергу на ринок Польщі та Угорщини, оскільки ці країни є найбільш розвинутими з-поміж тих, на ринки яких наразі здійснюються експортні поставки, і підприємства з цих держав мають найбільший потенціал для інвестування у розвиток підприємства. Окрім цього, бізнес-культура цих ринків є достатньо високою, і за умови створення спільного підприємства ТОВ «Розетка» матиме можливість отримати не лише фінансові ресурси для фінансування подальшого розвитку, але й досвід та сучасні підходи до організації бізнес-процесів.

На основі проведеного дослідження, були розроблені пропозиції для вдосконалення маркетингової стратегії ТОВ «Розетка» на зовнішніх ринках:

- Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів.
- Адаптація мережі комунікації під іноземний ринок.

– Розробка окремого нового сайту, орієнтованого для зарубіжного покупця.

Отже, бюджет заходів на впровадження електронної комерції підприємства на ринок ЄС становить 3 722 тис.грн та 200000 грн щорічно.

Розглядаючи тенденцію розвитку фінансових показників з та без урахування пропозицій для вдосконалення діяльності підприємства, було проведено на основі прогнозу на 2023 рік, адже прогноз був створений пропорційно до попередніх років. Це допоможе нам побачити зміни в довгостроковій перспективі.

Ми можемо спостерігати покращення фінансових результатів ТОВ «Розетка», незважаючи на те що інші операційні витрати підвищились (3 722 тис. грн щорічно) та витрати на розробку дистрибуційної політики збільшились (200 000 грн щорічно), чистий прибуток від реалізації продукції збільшився на 6 432 113,59 тис. грн, та чистий дохід від реалізації продукції підвищився, але незначно. Втім, за рахунок розроблених пропозицій було перекрито збитки за період пандемії, через це стрімкий ріст чистого прибутку не спостерігається.

Отже, результат даного прогнозування щодо виходу ТОВ «Розетка» на ринок європейської країни, а саме, Угорщини, є ефективним та позитивно відобразиться на фінансових показниках підприємства.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Електронна комерція – це продаж продукції або послуг за допомогою мережі інтернет. Даний вид продажів набув популярності та поширення після того, як мережа інтернет стала доступна звичайним користувачам. Перспективи такого підходу однозначні, насамперед, у процесі організації торгівлі. Якщо для традиційних продажів необхідно орендувати, побудувати або купити магазин, що саме по собі вже дуже затратно, то для інтернет-комерції потрібен тільки спеціальний сайт, який і виступатиме своєрідним торговим майданчиком.

Специфіка таких ресурсів полягає в їхній певній структуризації та реалізованих можливостях вибору товару та його оплати, що робить такі сайти зручними для звичайних користувачів, навіть із мінімальними навичками роботи в мережі інтернет.

На даний момент електронна комерція активно розвивається, і при бажанні в мережі інтернет можна придбати майже будь-який товар або замовити будь-яку послугу. Зручність електронної торгівлі у тому, що у будь-який товар можна знайти покупця, доклавши у своїй набагато менше коштів, і зусиль. Специфіка продажів у мережі інтернет полягає також у тому, що зникає географічна прихильність до точки реалізації продукції. Не можна не відзначити, що сайт працює 24 години на добу, тоді як звичайний магазин функціонує лише певний час, що суттєво зменшує надходження відвідувачів.

Купити продукцію на сайті можна у будь-який час доби. Власне, заявки фіксуються в автоматичному режимі, що дає ще одну перевагу інтернет-магазинам. Найчастіше такі ресурси обслуговує обмежена кількість співробітників, що знижує витрати на їх утримання. Надає можливість такої економії система SoftERP. Функціонує на основі загальної інформаційної бази, вона не тільки автоматизує основні бізнес-процеси, але й дає можливість створення повної взаємодії та оперативного обміну інформацією між підрозділами компанії. При такому програмному забезпеченні електронна комерція стає максимально ефективною, через що підвищується товарообіг і

рентабельність підприємства. Також можна суттєво підвищити довіру покупців шляхом чіткого та своєчасного виконання замовлень.

Пандемія, яка охопила весь світ, поза всіляким сумнівом, вплинула на електронну комерцію, надавши їй суттєву перевагу над оффлайн-торгівлею. Можна констатувати, що сьогодні глобальний характер COVID-19 і його вплив на електронну торгівлю можуть сприяти зміцненню міжнародного співробітництва й подальшого розвитку політики щодо закупівель і поставок в Інтернеті.

Rozetka – це універсальна відповідь на будь-який запит, початок пошуку та його кінцева зупинка, справжній помічник. На сайті ТОВ «Розетка» представлено 3.9 млн доступних товарів, 789 користувачів, 81% постійної клієнтської бази та 2,5 млн відвідувачів сайту на день. [8]

Чистий дохід від реалізації продукції та чистий прибуток станом на 2020 року пропорційно збільшувався з кожним роком. Але за 2020 рік зазнав різкого падіння, що можна пояснити важкою ситуацією у зв'язку з пандемією COVID-19 та концентрацією бізнесу саме в мережі інтернет через локдаун.

Онлайн-рітейлер Rozetka вийшов на ринок Узбекистану. Тепер у компанії повідомили, що окрім двох уже відкритих точок видачі в Ташкенті планується запуск ще чотирьох, а також компанія працює над проектом кросбордеру міжнародної торгівлі між Україною та Узбекистаном. [10]

Поки що, Rozetka працює тільки в Ташкенті (столиця Узбекистану), де компанія має дві точки видачі і здійснюється безкоштовну доставку товарів по місту, але незабаром компанія планує вихід у регіони Узбекистану. [10]

Щодо запуску маркетплейсу (зараз Rozetka всі товари в Узбекистані продає самостійно) у компанії повідомили, що він з'явиться вже на 2022 рік. [10]

Розглянувши специфіку діяльності ТОВ «Розетка», можна зробити висновок, що підприємство має потенціал для виходу на закордонні ринки та вже почало вести свою діяльність в країнах пострадянського простору. Ринок Узбекистану менш ефективний для фінансового стану розглянутого підприємства.



Через вище зазначені причини, на мою думку, є доцільним вихід на європейський ринок з маркет-плейсом від ТОВ «Розетка».

Застосування на практиці моделі Апсала засноване на побудові стратегії у прийнятті рішень та виборі організаційних форм, що залежить від багатьох факторів, поєднання яких удосконалює процес перевірки та оцінки моделі виходу вітчизняного підприємства на етнічно близький іноземний ринок. Дані фактори включають посилення факторів моделі або стримування експорту, потреба в інформації та процес її отримання, вибір зарубіжного ринку і вихід на нього (з урахуванням ефекту психологічної дистанції), розширення фірми і маркетингові стратегії [13]. Тому країни для виходу на закордонний ринок були обрані саме за цією моделлю: Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія.

На основі індексів глобальної конкурентоспроможності, економічної свободи, легкості ведення бізнесу було обрано 3 країн для виходу ТОВ «Розетка» на новий іноземний ринок, а саме: Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія. Всі з обраних країн мають індексні значення вище середнього та мають сприятливе середовище для виходу на їх ринок, за рахунок агрегованих показників можна розглянути бізнес-середовища більш детально та зробити вибір приймаючого ринку з найкращими умовами на основі даного аналізу.

Оцінку перспективності електронної комерції ТОВ «Розетка» нами було здійснено для тих ринків, куди протягом останніх років підприємство здійснювало поставки продукції – Польща, Угорщина, Молдова та Болгарія. Для оцінки привабливості бізнес-середовища країни використаємо інформацію, представлену у глобальних рейтингах, зокрема Рейтингу глобальної конкурентоспроможності, рейтингу легкості ведення бізнесу, рейтингу економічної свободи.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу, доходимо висновку, що ТОВ «Розетка» доцільно орієнтуватися у першу чергу на ринок Польщі та Угорщини, оскільки ці країни є найбільш розвинутими з-поміж тих, на ринки яких наразі здійснюються експортні поставки, і підприємства з цих держав мають найбільший потенціал для інвестування у розвиток підприємства.

Окрім цього, бізнес-культура цих ринків є достатньо високою, і за умови створення спільного підприємства ТОВ «Розетка» матиме можливість отримати не лише фінансові ресурси для фінансування подальшого розвитку, але і досвід та сучасні підходи до організації бізнес-процесів.

На основі проведеного дослідження, були розроблені пропозиції для вдосконалення маркетингової стратегії ТОВ «Розетка» на зовнішніх ринках:

- Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів.
- Адаптація мережу комунікації під іноземний ринок.
- Розробка окремого нового сайту, орієнтованого для зарубіжного покупця.

Отже, бюджет заходів на впровадження електронної комерції підприємства на ринок ЄС становить 3 722 тис.грн та 200000 грн щорічно.

Розглядаючи тенденцію розвитку фінансових показників з та без урахування пропозицій для вдосконалення діяльності підприємства, адже прогноз був створений пропорційно до попередніх років. Це допоможе нам побачити зміни в довгостроковій перспективі.

Ми можемо спостерігати покращення фінансових результатів ТОВ «Розетка», незважаючи на те що інші операційні витрати підвищились (3 722 тис. грн щорічно) та витрати на розробку дистрибуційної політики збільшились (200 000 грн щорічно), чистий прибуток від реалізації продукції збільшився на 6 432 113,59 тис. грн, та чистий дохід від реалізації продукції підвищився, але незначно. Незважаючи на це за рахунок розроблених пропозицій було перекрито збитки за період пандемії, через це стрімкий ріст чистого прибутку не спостерігається.

Отже, результат даного прогнозування щодо виходу ТОВ «Розетка» на ринок європейської країни, а саме, Угорщини, є ефективним та позитивно відобразиться на фінансових показниках підприємства.



**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Н. Tucker Coronavirus bankruptcy tracker: These major companies are failing amid the shutdown Forbes (2020). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/hanktucker/2020/05/03/coronavirus-bankruptcy-tracker-these-major-companies-are-failing-amid-the-shutdown/#5649f95d3425>
2. E-commerce, trade and the covid-19 pandemic. WTO Secretariat. Report. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.wto.org/english//tratorp\\_e/covid19\\_e/ecommerce\\_report\\_e.pdf](https://www.wto.org/english//tratorp_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf)
3. Воронкова В. Г. Інтернет як глобальна тенденція розвитку інформаційного суспільства / В. Г. Воронкова // Гілея: науковий вісник: збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : «Видавництво «Гілея», 2017. Вип. 93 (2). С. 174-179.
4. Основні причини доцільності ведення бізнесу в Інтернеті. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://pfor.com/book\\_228\\_glava\\_8\\_1.5.\\_Osnovni\\_prichini.html](http://pfor.com/book_228_glava_8_1.5._Osnovni_prichini.html)
5. How Ecommerce creates jobs and reduces income // Progressive Policy Institute. 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.progressivepolicy.org/wpcontent/uploads/2017/09/PPI\\_ECommenceInequality-final](http://www.progressivepolicy.org/wpcontent/uploads/2017/09/PPI_ECommenceInequality-final)
6. IBM and e-business. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.ibm.com/ru/ebusiness/about\\_ebus.html](http://www.ibm.com/ru/ebusiness/about_ebus.html)
7. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань // Офіційний сайт Міністерства Юстиції України // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://usr.minjust.gov.ua/content/free-search/person-result>
8. Офіційний сайт Розетка в Україні // Про нас [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rozetka.com.ua/ua/pages/about/>
9. Офіційний сайт Розетка в Україні // Франшиза що треба [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rozetka.com.ua/ua/pages/franchise/>

10. AIN.UA. // Rozetka працює над кросбордером між Україною та Узбекистаном [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ain.ua/ru/2021/11/11/rozetka-rabotaet-nad-krossborderom-mezhdu-ukrainoj-i-uzbekistanom/>
11. Офіційний сайт Nestlé в Україні експортує в ЄС. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.nestle.ua/media/pressreleases/export>
12. Forsgren M., Hagström P. Ignorant Internationalization? The Uppsala Model and internationalization patterns for Internet-Related Firms // *Communication & Strategies*, 42. P. 4.
13. Forsgren M., Hagström P. *Op. cit.* P. 4– 5.
14. World Economic Forum // The global competitiveness index. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www3.weforum.org/maintenance/public.htm>
15. The Heritage Foundation and The Wall Street Journal // Index of economic freedom // Country ranking. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.heritage.org/index/ranking>
16. The World Bank // Doing business. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.doingbusiness.org/en/data>
17. Корінев, В. Л. Оцінювання та планування фінансової діяльності підприємства [Текст] / В. Л. Корінев // *Економічний аналіз*. 2016 рік. Випуск 11. Частина 2. 45 *Економіка та підприємництво*. – 2011. – № 4. – С. 142-146
18. Міжнародні економічні відносини : підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 254 с.
19. Дугінець Г. Визначення умов формування міжнародних виробничих мереж / Г. Дугінець // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. - 2018. - № 3. - С. 33–46. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt\\_2018\\_3\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2018_3_5).



20. World Industry Outlook, Healthcare and Pharmaceuticals, The Economic Intelligence Unit. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://store.eiu.com/product/healthcare-world-outlook/>
21. Єдиний експортний веб-портал. Угорщина. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://export.gov.ua/country/112-ugorshchina>
22. World Trade Organization // Get tariff data. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/tariffs\\_e/tariff\\_data\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/tariffs_e/tariff_data_e.htm)
23. Ткаченко Т.М., Напрямки оптимізації інвестиційної діяльності підприємства/Т.М. Ткаченко, Н.В. Шевчук//Агросвіт.—2017.—№7.—С.45-48.
24. World Investment Report 2017: Transnational Corporations Extractive Industries and Development. – UNCTAD, United Nations, New York and Geneva, 2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://unctad.org/>.
25. Державна служба статистики України. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами у січні 2021 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
26. Світовий атлас даних. Угорщина. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://knoema.ru/atlas/Венгрия>
27. World Industry Outlook, Healthcare and Pharmaceuticals, The Economic Intelligence Unit. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://store.eiu.com/product/healthcare-world-outlook/>
28. Index of Economic Freedom. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.heritage.org/index/>
29. The World Bank // Doing business. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.doingbusiness.org/en/data>
30. Потіха А. Україна – ЄС: підсумки засідання Ради асоціації та перспективи внесення змін до Угоди про асоціацію [Електронний ресурс] / А. Потіха // Україна: події, факти, коментарі. – 2021. – № 3 – С.4–12. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2021/ukr3pdf>.

31. Зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Підручник для вузів / І.В.

Багрова, Н.І. Редіна, В. Є. Власюк; за ред. д-ра екон. наук, проф. І.В.

Багрової. - К.: Центр навчальної літератури, 2018. - 548с.

32. Шталь. Т. В., Писаренко. В. В., Гуржій. Н. Г., Мелушова. І. Ю. Стратегічне

управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку :

маркетингово-логістичний аспект : монографія / Т.В. Шталь, В.В.

Писаренко, Н.Г. Гуржій, І.Ю. Мелушова. - Харків : Видавництво «Лідер»,

2017. - 230 с.





## ДОДАТКИ

## Додаток А

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди
<b>ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "РОЗЕТКА"</b>	за ЄДРНОУ	<b>2016 12 31</b>
Територія м. Київ, Печерський р-н	за КОАТУУ	<b>34047188</b>
Організаційно-правова форма господарювання приватне підприємство	за КОПФГ	<b>8038200000</b>
Вид економічної діяльності посередництво в торгівлі товарами широкого асортименту	за КВЕД	<b>240</b>
Середня кількість працівників, осіб 778		<b>51.19</b>
Одиниця виміру: тис. грн без десяткового знака		
Адреса, телефон 03150, місто КИЇВ, вулиця ЧЕРВОНОАРМІЙСЬКА, будинок 47		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2016 р.

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801001	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	195	-
первісна вартість	1001	508	-
накопичена амортизація	1002	(318)	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	396	3 575
Основні засоби :	1010	533	2 409
первісна вартість	1011	(981)	(3 143)
знос	1012	(458)	(746)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>(125)</b>	<b>5 984</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси :	1100	275 328	329 399
виробничі запаси	1101	275 328	329 399
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	29 952	53 943
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	-	-
з бюджету	1135	15 839	11 748
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	51 238	78 328
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	11 389	29 920
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	24 983	2 597
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>408 729</b>	<b>505 935</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	-	-
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>408 604</b>	<b>511 919</b>



Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(15 328)	(23 345)
Неоплачений капітал	1425	--	-
Вилучений капітал	1430	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(15 323)</b>	<b>(23 340)</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	126
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>-</b>	<b>126</b>
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	310 437	400 348
розрахунками з бюджетом	1620	1 678	832
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	7	2
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	72 849	69 927
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>384 971</b>	<b>471 109</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>408 604</b>	<b>447 895</b>

1. Звіт про фінансові результати  
за Рік 2016 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4 800 378	2 900 654
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 232 326)	(2 653 323)
Валовий			
Прибуток	2090	-	-
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	20 298	3 193
Адміністративні витрати	2130	-	-
Витрати на збут	2150	-	-
Інші операційні витрати	2180	(550 251)	(297 381)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	-	-
Збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	-
Інші доходи	2240	946	119
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(26)	(7)
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	378 283	139 237
Збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(2 144)	(459)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	8 178	1 433
Збиток	2355	-	-



## Додаток Б

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "РОЗЕТКА"	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
Територія	м. Київ, Печерський р-н	за ЄДРПОУ	2017	12	31
Організаційно-правова форма господарювання	приватне підприємство	за КОАТУУ	34047188		
Вид економічної діяльності	посередництво в торгівлі товарами широкого асортименту	за КОПФГ	8038200000		
Середня кількість працівників, осіб	778	за КВЕД	240		
Одиниця виміру:	тис. грн без десяткового знака		51.19		
Адреса, телефон	03150, місто КИЇВ, вулиця ЧЕРВОНОАРМІЙСЬКА, будинок 47				

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2017 р.**

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	195	3 657
первісна вартість	1001	508	5 509
накопичена амортизація	1002	(318)	(1 943)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	3 575	(476)
Основні засоби :	1010	2 409	3 783
первісна вартість	1011	(3 143)	(4 549)
знос	1012	(746)	(843)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>5 984</b>	<b>6 964</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси :	1100	329 399	673 911
виробничі запаси	1101	329 399	673 911
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	53 943	96 431
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	-	32 383
з бюджету	1135	11 748	37 483
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	78 328	79 283
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	29 920	41 204
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	-	53
Інші оборотні активи	1190	2 597	6 998
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>505 935</b>	<b>967 746</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>511 919</b>	<b>974 710</b>



Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(23 345)	(27 455)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(23 340)</b>	<b>(27 450)</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	400 348	842 482
розрахунками з бюджетом	1620	832	1 531
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	1 531
розрахунками зі страхування	1625	2	2
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	69 927	54 421
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>471 109</b>	<b>898 436</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>511 919</b>	<b>974 710</b>

1. Звіт про фінансові результати  
за Рік 2017 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 910 482	4 800 378
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(5 332 161)	(4 232 326)
Валовий			
Прибуток	2090	635 757	-
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	38 987	20 298
Адміністративні витрати	2130	14 947	-
Витрати на збут	2150	620 956	-
Інші операційні витрати	2180	(25 561)	(550 251)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	7 638	-
Збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	1 286	-
Інші доходи	2240	-	946
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	(2)	(26)
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	8 984	378 283
Збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	(2 144)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	(3 288)	-
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	5 777	8 178
Збиток	2355	-	-



## Додаток В

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
<b>ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "РОЗЕТКА"</b>	за ЄДРПОУ	<b>2018</b>	<b>12</b>	<b>31</b>
Територія м. Київ, Печерський р-н	за КОАТУУ	<b>34047188</b>		
Організаційно-правова форма господарювання приватне підприємство	за КОПФГ	<b>8038200000</b>		
Вид економічної діяльності посередництво в торгівлі товарами широкого асортименту	за КВЕД	<b>240</b>		
Середня кількість працівників, осіб 778		<b>51.19</b>		
Одиниця виміру: тис. грн без десяткового знака				
Адреса, телефон 03150, місто КИЇВ, вулиця ЧЕРВОНОАРМІЙСЬКА, будинок 47				

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	3 657	7 452
первісна вартість	1001	5 509	12 092
накопичена амортизація	1002	(1 943)	(4 849)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	(476)	(7 073)
Основні засоби :	1010	3 783	3 932
первісна вартість	1011	(4 549)	(6 241)
знос	1012	(843)	(2 246)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>6 964</b>	<b>4 311</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси :	1100	673 911	784 012
виробничі запаси	1101	673 911	784 012
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	96 431	630 319
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	32 383	42 832
з бюджету	1135	37 483	22 838
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	79 283	3 888
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	41 204	32 048
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	53	476
Інші оборотні активи	1190	6 998	14 187
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>967 746</b>	<b>1 530 600</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>974 710</b>	<b>1 534 911</b>



Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(27 455)	(61 535)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(27 450)</b>	<b>(61 530)</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	842 482	1 127 289
розрахунками з бюджетом	1620	1 531	5 718
у тому числі з податку на прибуток	1621	1 531	5 718
розрахунками зі страхування	1625	2	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
За одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	-	418
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	54 421	218 219
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>898 436</b>	<b>1 351 644</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>			
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>974 710</b>	<b>1 534 911</b>

1. Звіт про фінансові результати  
за Рік 2018 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 512 822	5 910 482
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7 639 671)	(5 332 161)
Валовий			
Прибуток	2090	841 507	635 757
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	22 873	38 987
Адміністративні витрати	2130	22 471	14 947
Витрати на збут	2150	780 565	620 956
Інші операційні витрати	2180	(19 611)	(25 561)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	44 382	7 638
Збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	1 286	1 286
Інші доходи	2240	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	-	(2)
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	42 185	8 984
Збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	(7 628)	(3 288)
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	34 727	5 777
Збиток	2355	-	-



## Додаток Д

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "РОЗЕТКА"	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
Територія	м. Київ, Печерський р-н	за ЄДРПОУ	2019	12	31
Організаційно-правова форма господарювання	приватне підприємство	за КОАТУУ	34047188		
Вид економічної діяльності	посередництво в торгівлі товарами широкого асортименту	за КОПФГ	8038200000		
Середня кількість працівників, осіб	778	за КВЕД	240		
Одиниця виміру:	тис. грн без десяткового знака		51.19		
Адреса, телефон	03150, місто КИЇВ, вулиця ЧЕРВОНОАРМІЙСЬКА, будинок 47				

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2019 р.**

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801001	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	7 452	332
первісна вартість	1001	12 092	12 921
накопичена амортизація	1002	(4 849)	(13 491)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	(7 073)	-
Основні засоби :	1010	3 932	42 321
первісна вартість	1011	(6 241)	59 924
знос	1012	(2 246)	(17 468)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	2 498
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>4 311</b>	<b>58 072</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси :	1100	784 012	1 185 125
виробничі запаси	1101	784 012	1 185 125
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	630 319	544 195
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	42 832	46 322
з бюджету	1135	22 838	33 382
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 888	1 345
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	32 048	67 428
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>1 530 600</b>	<b>1 877 797</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>1 290 114</b>	<b>1 689 636</b>



Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	5
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(61 535)	(71 352)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(61 530)</b>	<b>(71 347)</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	1 174
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	31 467
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>-</b>	<b>32 641</b>
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	7 383
товари, роботи, послуги	1615	1 127 289	1 571 893
розрахунками з бюджетом	1620	5 718	186
у тому числі з податку на прибуток	1621	5 718	186
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	418	11 685
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	218 219	137 195
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>1 351 644</b>	<b>1 728 342</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>1 290 114</b>	<b>1 689 636</b>

1. Звіт про фінансові результати  
за \_\_\_\_\_ Рік 2019 \_\_\_\_\_ р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	12 123 272		8 512 822
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(10 709 714)		(7 639 671)
Валовий				
Прибуток	2090	1 448 075		841 507
Збиток	2095	-		-
Інші операційні доходи	2120	61 733		22 873
Адміністративні витрати	2130	53 716		22 471
Витрати на збут	2150	1 381 659		780 565
Інші операційні витрати	2180	(35 171)		(19 611)
Фінансовий результат від операційної діяльності				
Прибуток	2190	38 822		44 382
Збиток	2195	-		-
Дохід від участі в капіталі	2200	-		-
Інші фінансові доходи	2220	1 561		1 286
Інші доходи	2240	-		-
Фінансові витрати	2250	7 394		-
Втрати від участі в капіталі	2255	-		-
Інші витрати	2270	956		-
Фінансовий результат до оподаткування				
Прибуток	2290	32 859		42 185
Збиток	2295	-		-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-		-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	(7 381)		(7 628)
Чистий фінансовий результат				
Прибуток	2350	25 271		34 727
Збиток	2355	-		-



## Додаток Е

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "РОЗЕТКА"	Дата(рік,місяць,число)	Коди
Територія	м. Київ, Печерський р-н	за ЄДРПОУ	2020   12   31
Організаційно-правова форма господарювання	приватне підприємство	за КОАТУУ	34047188
Вид економічної діяльності	посередництво в торгівлі товарами широкого асортименту	за КОПФГ	8038200000
Середня кількість працівників, осіб	778	за КВЕД	240
Одиниця виміру:	тис. грн без десяткового знака		51.19
Адреса, телефон	03150, місто КИЇВ, вулиця ЧЕРВОНОАРМІЙСЬКА, будинок 47		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2020 р.**

Форма № 1-м Код за ДКУД			1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	332	185
первісна вартість	1001	12 921	1 261
накопичена амортизація	1002	(13 491)	(843)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	42 321	37 218
первісна вартість	1011	59 924	61 448
знос	1012	(17 468)	(24 780)
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	2 498	2 405
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>58 072</b>	<b>39 713</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси :	1100	1 185 125	1 485 810
виробничі запаси	1101	1 185 125	956 711
Незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	544 195	544 195
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансам	1130	46 322	80 484
з бюджету	1135	33 382	69 022
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 345	40
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	67 428	65 960
Готівка	1166	-	-
рахунки в банках	1167	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	39 065
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>1 877 797</b>	<b>2 697 092</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>1 689 636</b>	<b>2 736 805</b>



Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5	1
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(71 352)	(180 289)
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>(71 347)</b>	<b>180 290</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	1 174	1 155
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	31 467	23 657
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>32 641</b>	<b>24 812</b>
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	7 383	11 456
товари, роботи, послуги	1615	1 571 893	2 283 957
розрахунками з бюджетом	1620	186	9 693
у тому числі з податку на прибуток	1621	186	9 429
розрахунками зі страхування	1625	-	306
розрахунками з оплати праці	1630	-	1 141
За одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточні забезпечення	1660	11 685	48 378
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	137 195	87 545
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>1 728 342</b>	<b>2 531 703</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	-	-
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>1 689 636</b>	<b>2 736 805</b>

1. Звіт про фінансові результати  
за Рік 2020 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД
		1801007	1801007
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	18 020 721	12 123 272
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(15 624 587)	(10 709 714)
Валовий			
Прибуток	2090	2 396 134	1 448 075
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	10 294	61 733
Адміністративні витрати	2130	40 365	53 716
Витрати на збут	2150	2 177 487	1 381 659
Інші операційні витрати	2180	(43 024)	(35 171)
Фінансовий результат від операційної діяльності			
Прибуток	2190	145 552	38 822
Збиток	2195	-	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	1 082	1 561
Інші доходи	2240	-	-
Фінансові витрати	2250	6 199	7 394
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	206	956
Фінансовий результат до оподаткування			
Прибуток	2290	140 229	32 859
Збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	(29 842)	(7 381)
Чистий фінансовий результат			
Прибуток	2350	110 387	25 271
Збиток	2355	-	-



### Агрегований показник стану бізнес-середовища Польщі, Угорщини, Молдови, Болгарії

Складова бізнес-середовища	Індикатор	Польща	Угорщина	Молдова	Болгарія
Макроекономічне середовище	Макроекономічна стабільність	100,0	90,0	73,4	90,0
	Розмір ринку	74,1	62,7	36,1	54,9
	Монетарна свобода	80,8	78,8	71,5	85,2
	Середній індикатор середовища	85,0	77,2	60,3	76,7
Ступінь економічного лібералізму	Внутрішня конкуренція	56,8	44,9	48,9	54,7
	Торговельна відкритість	59,5	60,0	61,1	56,7
	Фіскальна свобода	94,6	83,3	96,5	99,2
	Проходження митних кордонів	100,0	100,0	92,3	97,4
	Середній індикатор середовища	77,7	72,1	74,7	77,0
Інституціональне середовище	Ефективність урядової політики	51,5	48,1	51,8	56,8
	Прозорість	60,0	46,0	33,0	42,0
	Судова незалежність	27,7	33,4	21,4	38,0
	Право власності	63,3	65,6	60,6	66,2
	Середній індикатор середовища	50,6	48,3	41,7	50,8
Підприємницьке середовище	Комерціалізація	65,1	58,0	49,4	67,6
	Свобода бізнесу	61,6	59,9	66,2	62,9
	Реєстрація підприємства	82,9	88,2	95,7	85,4
	Реєстрація власності	63,9	80,1	82,8	69,8
	Оподаткування	76,4	80,6	85,2	72,3
	Забезпечення виконання контрактів	64,4	71,0	63,6	67,0
	Середній індикатор середовища	69,1	73,0	73,8	70,8
Фінансово-інвестиційне середовище	Фінансування малого та середнього підприємництва	48,5	50,2	43,8	51,8
	Стабільність фінансової системи	91,2	91,3	76,1	85,5
	Отримання кредитів	75,0	75,0	70,0	65,0
	Захист інвесторів (міноритарних)	66,0	54,0	68,0	74,0
	Свобода інвестицій	80,0	80,0	55,0	70,0
	Середній індикатор середовища	72,1	70,1	62,6	69,3
Інфраструктурне середовище	Наявність та якість транспортної інфраструктури	67,8	66,0	52,2	51,7
	Якість електропостачання	98,3	95,8	84,6	94,6
	Кількість інтернет – користувачів	77,5	76,1	76,1	64,8
	Культура підприємництва	46,4	40,9	44,7	50,7
	Витрати на НДДКР	32,2	40,2	10,1	26,0
	Середній індикатор середовища	64,4	63,8	53,5	57,6
	Ринок праці	Захист прав робітників	74,0	82,0	83,0
Кооперація на ринку праці		55,1	53,8	57,5	49,4
Свобода праці (трудових відносин)		66,1	64,8	39,2	68,5
Середній індикатор середовища		65,1	66,9	59,9	66,0
Агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни		<b>69,1</b>	<b>67,3</b>	<b>60,9</b>	<b>66,9</b>

Джерело: розраховано автором на основі [14,15, 16]

### Методи розрахунків прогнозу на майбутні періоди

Показники	Пояснення
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	На основі середнього значення
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	
Валовий прибуток, ВП	$ВП = ЧД - СВ$
Інші операційні доходи, ІД	На основі середнього значення
Адміністративні витрати, АВ	
Витрати на збут, ВЗ	
Інші операційні витрати, ІОВ	
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	$ФР = ВП + ІД - АВ - ВЗ - ІОВ$
Інші фінансові доходи, Діф	Зміни не прогнозуються
Інші доходи, Ід	
Фінансові витрати, ФВ	
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	$ФРоп = ФР + Дук + Діф + Ід - ФВ$
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	Визначено на рівні 18% від оподаткованої бази
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	$ЧП = ФРоп - Пп$